

A RESEARCH INTO THE REALITY AND PROPOSED SOLUTIONS TO STUDENT ATTRACTION POSSIBILITIES OF KIEN GIANG COLLEGE

Truong Tri Thong*, Phan Thanh Dat

Kien Giang College

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	21/4/2023	Research into student attraction possibilities is currently significant for the maintenance and development of educational institutes. That is also the reason why this research was conducted at Kien Giang College. This study aims to analyze internal factors affecting students' decision to choose the college for studying and then to provide some solutions for improving the possibilities of attracting students at Kien Giang College. The quantitative and qualitative methods were applied into collecting and analyzing collected data. As a result, the factor of training programs was believed to influence the students' choice of studying at Kien Giang College the most. Additionally, other factors which were strongly concerned by participants consisted of support policies and continuing education opportunities, extracurricular activities, expenses, media activities, facilities, school reputation, learning environment and employment opportunities. In the final process of the research, some seminars were organized to deeply discuss among educational experts, and the insight interviews were conducted for some participants. Then, several solutions categorized into seven groups were proposed for student enrollment in future.
Revised:	15/6/2023	
Published:	15/6/2023	

KEYWORDS

Attraction Possibilities
Decision to choose a college or university
Tertiary students
Kien Giang College
Student enrollment

NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP THU HÚT NGƯỜI HỌC TẠI TRƯỜNG CAO ĐẲNG KIÊN GIANG

Trương Trí Thông*, Phan Thành Đạt

Trường Cao đẳng Kiên Giang

THÔNG TIN BÀI BÁO		TÓM TẮT
Ngày nhận bài:	21/4/2023	Nghiên cứu khả năng thu hút người học có ý nghĩa rất quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của các cơ sở giáo dục hiện nay. Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện tại Trường Cao đẳng Kiên Giang. Mục đích của nghiên cứu là phân tích sự ảnh hưởng của các nhân tố bên trong đến quyết định học tại Trường Cao đẳng Kiên Giang, từ đó đưa ra giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút người học trong thời gian tới. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng kết hợp với định tính để thu thập và phân tích dữ liệu. Kết quả cho thấy, nhân tố “Chương trình đào tạo” có ảnh hưởng đến quyết định học tại Trường Cao đẳng Kiên Giang của người học nhiều nhất, kế đến là “Chính sách hỗ trợ và cơ hội liên thông”, “Các hoạt động ngoại khóa”, “Chi phí”, “Truyền thông”, “Cơ sở vật chất”, “Danh tiếng nhà trường”, “Môi trường học tập”, và “Cơ hội việc làm”. Từ kết quả phân tích trên, kết hợp với thảo luận chuyên gia và phỏng vấn sâu sinh viên, bảy nhóm giải pháp được đề xuất nhằm thu hút người học tại Trường Cao đẳng Kiên Giang trong thời gian tới.
Ngày hoàn thiện:	15/6/2023	
Ngày đăng:	15/6/2023	

TỪ KHÓA

Khả năng thu hút
Quyết định chọn trường
Sinh viên cao đẳng
Trường Cao đẳng Kiên Giang
Tuyển sinh

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.7789>

* Corresponding author. Email: tthongcantho@gmail.com

1. Giới thiệu

Kể từ năm 2019, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã thay đổi phương thức tuyển sinh ở các trường đại học trên cả nước, các trường đại học sẽ xét tuyển dựa trên điểm thi trung học phổ thông quốc gia; bên cạnh đó, tại các địa phương, số lượng cơ sở đào tạo từ bậc trung trở lên ngày càng tăng. Chính vì vậy, nhiều cơ sở đào tạo gặp không ít khó khăn trong công tác tuyển sinh, nhất là các trường cao đẳng do sự cạnh tranh và thu hút người học ngày càng trở nên gay gắt. Không những vậy, hầu hết các cơ sở đào tạo hiện nay, kể cả các trường cao đẳng đang dần chuyển sang hình thức tự chủ tài chính, vì vậy các trường cần phải phấn đấu đạt được mục tiêu tuyển sinh hơn nữa nhằm đảm bảo nguồn tài chính để có thể tồn tại và phát triển.

Trong thời gian qua, chủ đề quyết định lựa chọn trường học, ngành học thuộc cấp bậc đại học được quan tâm nghiên cứu với mục đích tìm ra giải pháp thu hút người học và nâng cao hiệu quả tuyển sinh, như nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học tự thực [1] và công lập tại Việt Nam [2], nghiên cứu về quyết định chọn trường đại học trên địa bàn thành phố Cần Thơ [3], thành phố Đà Nẵng [4], tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu [5] của học sinh, sinh viên (SV); hay mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định lựa chọn trường Đại học Điều dưỡng Nam Định [6],... Tuy nhiên, số lượng công trình nghiên cứu về quyết định chọn trường cao đẳng và cao đẳng nghề tại Việt Nam còn hạn chế, điển hình vài nghiên cứu như đánh giá các yếu tố tác động đến ý định chọn học trường Cao đẳng nghề Hòa Bình Xuân Lộc của SV [7]; đánh giá của SV về quyết định học ngành Quản trị Khách sạn, Trường Cao đẳng Kiên Giang (CĐKG) [8], hay nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến quyết định học ngành nghề du lịch của SV Trường CĐKG [9]. Do đó, đây cũng là một khoảng trống nghiên cứu cần được lấp đầy.

Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện tại Trường Cao đẳng Kiên Giang, một cơ sở đào tạo hệ giáo dục nghề nghiệp trực thuộc Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội với bề dày lịch sử lâu đời tại tỉnh Kiên Giang. Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích mức độ ảnh hưởng của các nhân tố bên trong đến quyết định chọn Trường CĐKG của người học; qua đó, một số giải pháp được đề xuất nhằm thu hút người học cũng như tối ưu công tác tuyển sinh của nhà trường trong thời gian tới, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và thương hiệu của nhà trường so với các cơ sở đào tạo khác trên địa bàn tỉnh.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu sơ cấp

Theo Đỗ Thị Thu Trang [10], các nhân tố bên trong thuộc về trường học bao gồm chi phí, chương trình học, cơ hội việc làm ra trường, danh tiếng trường học, các hoạt động ngoại khóa, cơ sở vật chất, nguồn lực, môi trường và mạng lưới SV. Nghiên cứu một phần dựa trên các tiêu chí này để xây dựng bản câu hỏi, một số tiêu chí và biến quan sát khác dựa trên tham khảo các nghiên cứu trong và ngoài nước, cụ thể: tiêu chí “truyền thông” tham khảo từ các nghiên cứu [1], [2], [6], [9], [11], [12]; tiêu chí “danh tiếng nhà trường” tham khảo từ các công trình [8], [9], [11]; tiêu chí “chương trình đào tạo” nghiên cứu tham khảo từ các công trình [5], [11]; tiêu chí “cơ sở vật chất” tham khảo từ [1], [2], [12]; tiêu chí “môi trường học tập” được tham khảo từ nghiên cứu [9]; tiêu chí “các hoạt động ngoại khóa” được tham khảo từ công trình [10]; tiêu chí “chi phí” được nghiên cứu tham khảo từ [2], [9], [11]; tiêu chí “chính sách hỗ trợ” và “cơ hội việc làm” được tham khảo từ hai công trình nghiên cứu [8], [9]. Đồng thời, nghiên cứu còn thực hiện phỏng vấn sâu SV và chuyên gia để lấy ý kiến điều chỉnh, bổ sung các tiêu chí và biến quan sát trước khi tiến hành khảo sát chính thức. Các tiêu chí và biến quan sát được người học đánh giá qua thang đo Likert 5 mức độ từ 1 là hoàn toàn không đồng ý/hoàn toàn không ảnh hưởng, đến 5 là rất đồng ý/rất ảnh hưởng.

Số liệu sơ cấp trong nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu phi xác suất kiểu thuận tiện. Tổng cộng 500 bản hỏi được in và phát trực tiếp đến chủ yếu là SV năm nhất, một số ít là sinh viên năm hai trong thời gian từ ngày 07/02 – 11/02/2023. Kết quả thu lại được 500 bản trả lời

bao gồm tất cả các ngành nghề thuộc trường đào tạo, qua quá trình sàng lọc đã loại bỏ 19 bản hỏi do không đạt yêu cầu, như vậy còn lại 481 quan sát được đưa vào phân tích dữ liệu. Dữ liệu được mã hoá và phân tích bằng phần mềm SPSS 25.0 với phương pháp thống kê mô tả dưới dạng giá trị trung bình trong đó: mức 1 (1,00 - 1,80 = hoàn toàn không đồng ý/hoàn toàn không ảnh hưởng), mức 2 (1,81 - 2,60 = không đồng ý/không ảnh hưởng), mức 3 (2,61 - 3,40 = trung lập/có thể có ảnh hưởng), mức 4 (3,41- 4,20 = đồng ý/có ảnh hưởng), mức 5 (4,21 - 5,00 = rất đồng ý/ rất có ảnh hưởng).

2.2. Phương pháp phỏng vấn sâu

Ngoài việc sử dụng những góp ý của SV trong câu hỏi mở ở bản hỏi để đề xuất giải pháp, nghiên cứu còn thực hiện phỏng vấn sâu SV đang học tại Trường CDKG để có thể giải thích thêm một số kết quả nghiên cứu. Theo Creswell (1998, 2007; trích bởi [13]), chỉ cần phỏng vấn từ 20 – 30 đáp viên, ngưỡng này cho phép người nghiên cứu thu được thông tin đạt đến mức bão hoà. Do đó, 29 đáp viên được phỏng vấn bằng Google biểu mẫu với dạng bản hỏi bán cấu trúc.

Để đề xuất giải pháp, ngoài việc dựa vào kết quả phân tích và lấy ý kiến SV (đối tượng người học), nghiên cứu đã tổ chức một buổi Hội thảo vào ngày 14/02/2023 lấy ý kiến từ 26 chuyên gia là các giảng viên, lãnh đạo quản lý các phòng, khoa chuyên môn tại Trường CDKG để xây dựng và đề xuất giải pháp chi tiết, cụ thể phù hợp và sát với thực tế.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Đánh giá của người học về các nhân tố thu hút và ảnh hưởng đến quyết định học tại Trường Cao đẳng Kiên Giang

3.1.1. Truyền thông

Bảng 1. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Truyền thông”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Thông tin trên website của trường	3,52	Đồng ý/có ảnh hưởng
Thông tin trên mạng xã hội của trường	3,67	Đồng ý/có ảnh hưởng
Thông tin trên kênh truyền thông (tivi, radio, loa phát thanh,...)	3,50	Đồng ý/có ảnh hưởng
Thông tin trên tờ rơi, tờ gấp	3,50	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đã được đến tham quan trực tiếp tại trường	3,52	Đồng ý/có ảnh hưởng
Tài liệu tuyển sinh của trường thu hút, ấn tượng	3,97	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,61	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, n = 481)

Các trường cao đẳng, đại học hiện nay đang tích cực phát huy vai trò của truyền thông trong công tác tuyển sinh bởi nó có ảnh hưởng tích cực đến quyết định chọn trường hoặc ngành nghề của người học [2], [3], [9]. Trong kết quả nghiên cứu này, truyền thông có ảnh hưởng đến việc thu hút người học quyết định chọn Trường CDKG, trong đó tài liệu tuyển sinh của trường thu hút, ấn tượng có ảnh hưởng lớn (M = 3,97). Ngoài ra, kết quả phỏng vấn cũng cho thấy SV chọn trường là “do truyền thông và công tác tuyển sinh” và “em thấy nhiều hình ảnh về hoạt động đi thực tế ngoài trường” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Đồng thời, qua kết quả phân tích ở Bảng 1, các kênh thông tin chủ yếu được người học tìm kiếm và đọc là trên mạng xã hội của nhà trường, kế đến là đọc trên website, tham quan trực tiếp tại trường và cuối cùng là biết thông tin trên các kênh thông tin đại chúng và tờ rơi, tờ gấp. Vì vậy, các bộ phận liên quan đến truyền thông tuyển sinh cần chú ý đến các vấn đề này để có thể thu hút người học hơn trong thời gian tới.

3.1.2. Danh tiếng nhà trường

Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Danh tiếng nhà trường” được thể hiện trong bảng 2. Theo kết quả ở Bảng 2 cho thấy, danh tiếng của Trường CDKG có sự ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của SV (M = 3,58), điều này phù hợp với ý kiến phỏng vấn sâu SV cho rằng chọn trường CDKG vì “dễ tìm kiếm thông tin khi tìm kiếm tên các trường có tỷ lệ SV ra trường cao”, “Không

thua kém các trường khác”, “một ngôi trường uy tín của tỉnh Kiên Giang, đặc biệt là thầy cô rất có tâm trong việc giảng dạy” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Trong số các tiêu chí, giảng viên được SV đánh giá có ảnh hưởng nhất trong nhân tố này ($M = 3,62$), cụ thể “thầy cô vui vẻ hòa đồng, dạy học có tâm”, “giáo viên giảng dạy chuyên nghiệp”, “giảng viên tâm huyết, tận tâm”, “thầy cô nhiệt huyết và tận tâm với học sinh”, “đội ngũ giáo viên có trình độ chuyên môn cao”, “giáo viên chuyên nghiệp, dễ mến”, “thầy cô rất vui vẻ và gần gũi” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Chính vì vậy, nhà trường cần chú trọng đến chất lượng giảng viên để vừa nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo, vừa thu hút người học chọn trường.

Bảng 2. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Danh tiếng nhà trường”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Đội ngũ giảng viên có danh tiếng tốt	3,62	Đồng ý/có ảnh hưởng
Nhà tuyển dụng đánh giá cao về bằng cấp của nhà trường	3,53	Đồng ý/có ảnh hưởng
Năng lực của SV đã và đang theo học chương trình đào tạo của nhà trường tốt	3,59	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,58	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, $n = 481$)

3.1.3. Chương trình đào tạo

Một cơ sở giáo dục có chương trình đào tạo chất lượng sẽ ảnh hưởng đến quyết định của học sinh khi chọn trường để theo học [14]. Một cơ sở giáo dục có chương trình đào tạo chất lượng sẽ mang đến cho SV nền tảng kiến thức tốt, tính ứng dụng cao, hệ thống kỹ năng mềm thiết yếu và những trải nghiệm giá trị sẽ ảnh hưởng đến quyết định của học sinh khi chọn trường để theo học [5]. Qua kết quả ở Bảng 3, chương trình đào tạo là nhân tố có sức ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định chọn Trường CĐKG của SV trong tất cả các nhân tố được nghiên cứu đề xuất ($M = 3,90$), kết quả phỏng vấn sâu cũng cho thấy SV lựa chọn trường dựa trên chương trình đào tạo “thời gian học tập ngắn, tập trung chủ yếu về thực hành tay nghề”, “rút ngắn thời gian học tập”, “trường có mở chuyên ngành mà em muốn theo học”, “có chương trình chất lượng cao ở ngành mà em muốn học”, “chất lượng đào tạo của trường rất tốt, đảm bảo kiến thức cho SV khi ra trường”, “chương trình học tập đa dạng nhiều nghề với nhiều cấp bậc”, “được đi thực tế, thực tập nhiều”, “có quy trình đào tạo chuyên nghiệp, đúng với nhu cầu của các nhà tuyển dụng”, “có chương trình học tập thực tế, đi thực tế các điểm du lịch ngoài trường”, “thời gian học không quá lâu” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023).

Bảng 3. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Chương trình đào tạo”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Trường có ngành/ngành đào tạo đa dạng	3,72	Đồng ý/có ảnh hưởng
Thời gian học tập tại trường ngắn	3,93	Đồng ý/có ảnh hưởng
Chương trình đào tạo mang tính thực hành cao	3,91	Đồng ý/có ảnh hưởng
Chương trình đào tạo gắn với thực tế doanh nghiệp	3,92	Đồng ý/có ảnh hưởng
Trường có mạng lưới kết nối rộng rãi với doanh nghiệp địa phương để SV thực hành, thực tập	4,01	Đồng ý/có ảnh hưởng
Có cơ hội liên thông sau khi tốt nghiệp	3,89	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,90	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, $n = 481$)

3.1.4. Cơ sở vật chất

Kết quả phỏng vấn cho thấy, các vấn đề ảnh hưởng đến việc lựa chọn Trường CĐKG để học tập có liên quan đến cơ sở vật chất của nhà trường như “trang thiết bị hiện đại bắt kịp theo xu hướng hiện nay”, “các trang thiết bị hiện đại phục vụ tốt cho nhu cầu học của SV”, “trang thiết bị đầy đủ”, “cơ sở vật chất tốt”, “có nhiều phòng thực hành với cơ sở vật chất đầy đủ”, “phòng thực hành khang trang, sạch sẽ” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Chính vì vậy, ở kết quả của Bảng 4, nhân tố cơ sở vật chất cũng được SV đánh giá là có ảnh hưởng đến quyết định chọn Trường CĐKG để học tập ở cấp bậc tiếp theo sau giai đoạn trung học phổ thông ($M = 3,59$),

trong đó, tiêu chí khu vực giảng dạy của nhà trường rộng rãi, trường có đầy đủ cơ sở vật chất hỗ trợ và trang thiết bị dạy học hiện đại đầy đủ có ảnh hưởng mạnh nhất.

Bảng 4. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Cơ sở vật chất”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Trang thiết bị dạy học của trường đủ và hiện đại	3,69	Đồng ý/có ảnh hưởng
Khu vực giảng dạy của trường rộng rãi	3,74	Đồng ý/có ảnh hưởng
Trường có đầy đủ cơ sở vật chất hỗ trợ	3,74	Đồng ý/có ảnh hưởng
Trường có ký túc xá sạch sẽ, hiện đại	3,46	Đồng ý/có ảnh hưởng
Bãi đậu xe của trường đáp ứng đủ chỗ cho SV	3,64	Đồng ý/có ảnh hưởng
Nhà vệ sinh được bố trí hợp lý, sạch sẽ	3,24	Trung lập/có thể có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,59	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, n = 481)

3.1.5. Môi trường học tập

Bảng 5. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Môi trường học tập”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Nhà trường có môi trường học tập thân thiện	3,57	Đồng ý/có ảnh hưởng
Nhà trường có môi trường học tập năng động, tích cực	3,52	Đồng ý/có ảnh hưởng
Nhà trường có môi trường học tập an toàn	3,56	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,55	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, n = 481)

Một cơ sở đào tạo có môi trường học tập tốt có thể thu hút người học. Theo kết quả khảo sát, môi trường học tập tại Trường CDKG thu hút và có ảnh hưởng đến quyết định của người học, bởi vì “môi trường học thân thiện”, “môi trường và điều kiện học tập tốt”, “không gian học thoáng mát”, “môi trường học tập năng động, tích cực” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Chính vì vậy, kết quả nhân tố môi trường học tập ở Bảng 5 được SV đánh giá ở mức độ ảnh hưởng với giá trị trung bình là 3,55; trong đó, môi trường học tập thân thiện có sức ảnh hưởng lớn nhất. Để làm được điều này, cần có sự phối hợp từ nhiều bên liên quan bao gồm cả đội ngũ giảng viên, cán bộ phòng/trung tâm và cả SV.

3.1.6. Các hoạt động ngoại khóa

Bảng 6. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Các hoạt động ngoại khóa”

Nội dung tiêu chí	Giá trị trung bình	Kết luận
Có các hoạt động phong trào phong phú, đa dạng	3,69	Đồng ý/có ảnh hưởng
Có các hoạt động ngoại khóa phong phú	3,78	Đồng ý/có ảnh hưởng
Có các hoạt động bồi dưỡng các kỹ năng	3,79	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,75	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, n = 481)

Hoạt động ngoại khóa là các hoạt động nằm ngoài chương trình học chính khóa hoặc thời khóa biểu, và không thể thiếu trong quá trình giáo dục đào tạo ở bất kỳ cấp bậc nào. Trường CDKG hằng năm tổ chức rất nhiều hoạt động ngoại khóa bao gồm các hoạt động phong trào học thuật và phong trào văn – thể - mỹ. Do đó, SV chọn Trường CDKG trong thời gian vừa qua một phần là vì “các phong trào năng động, linh hoạt, cuốn hút; trong quá trình học tập còn được rèn luyện thêm những kỹ năng mềm”, “có nhiều chương trình thực tế”, “được đi thực tập thực tiễn”, “được đi thực tế ngoài trường” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Nhìn vào kết quả ở Bảng 6, các hoạt động ngoại khóa về bồi dưỡng kỹ năng mềm được SV chú ý nhất (M = 3,79), kế đến là các hoạt động ngoại khóa như tham quan thực tế, thể thao, văn nghệ (M = 3,78).

3.1.7. Chi phí

Chi phí bao gồm cả học phí, phí sinh hoạt trong quá trình học tập và các chi phí phát sinh khác. Chi phí học tập phù hợp, hợp lý với điều kiện tài chính của gia đình SV sẽ là một trong

những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của SV [2], [7], [9]. Chi phí học tập và sinh hoạt khi học tập tại Trường CDKG được SV đánh giá là phù hợp, nhiều SV ý kiến trường có “*học phí thấp*”, “*chi phí học tập thấp*”, “*học phí khá ổn so với thu nhập của gia đình*”, “*phù hợp với chi phí của gia đình*”, “*phù hợp với điều kiện kinh tế*”, “*do gia cảnh không đáp ứng được chi phí học ngoài tỉnh*” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Vì vậy, kết quả ở Bảng 7 cho thấy, nhân tố này được SV đánh giá là có thu hút và ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường học của mình ($M = 3,65$).

Bảng 7. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Chi phí”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Các chương trình đào tạo với mức học phí phù hợp	3,67	Đồng ý/có ảnh hưởng
Chi phí sinh hoạt khi học tại trường phù hợp với kinh tế gia đình	3,60	Đồng ý/có ảnh hưởng
Ít chi phí phát sinh	3,67	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,65	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, $n = 481$)

3.1.8. Chính sách hỗ trợ

Bảng 8. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Chính sách hỗ trợ”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Có chương trình hỗ trợ học bổng khuyến khích học tập	3,68	Đồng ý/có ảnh hưởng
Có chính sách hỗ trợ tài chính	3,60	Đồng ý/có ảnh hưởng
Có chính sách hỗ trợ người dân tộc thiểu số	3,90	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,73	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, $n = 481$)

Người học luôn muốn nhận được các chính sách hỗ trợ từ phía nhà trường, nhất là đối với người học có hoàn cảnh khó khăn, các dân tộc thiểu số hoặc thậm chí là những chính sách về khuyến khích học tập cho đối tượng có thành tích giỏi và xuất sắc... [9]. Qua kết quả khảo sát và phân tích ở Bảng 8, chính sách hỗ trợ được người học đánh giá khá cao, nằm ở vị trí quan trọng thứ ba trong tất cả các nhân tố, trong đó chính sách hỗ trợ người dân tộc thiểu số được người học quan tâm nhiều nhất ($M = 3,90$), điều này phù hợp với thực tế vì Kiên Giang là tỉnh có số lượng đồng bào người Hoa đứng thứ 2 (sau Sóc Trăng) và người Khmer đứng thứ 3 ở vùng đồng bằng sông Cửu Long (sau Trà Vinh và Sóc Trăng). Bên cạnh đó, các chính sách hỗ trợ học bổng và tài chính cũng được người học khá quan tâm khi chọn Trường CDKG để học tập.

3.1.9. Cơ hội việc làm

Bảng 9. Đánh giá của sinh viên về nhân tố “Cơ hội việc làm”

Nội dung	Giá trị trung bình	Kết luận
Tỷ lệ SV của trường có việc làm sau khi tốt nghiệp cao	3,27	Đồng ý/có ảnh hưởng
Nhà trường có tổ chức Ngày Hội tuyển dụng/ Hội chợ việc làm cho SV tốt nghiệp	3,29	Đồng ý/có ảnh hưởng
Những ngành nghề nhà trường đào tạo đều có khả năng xin việc dễ dàng trong tương lai	3,27	Đồng ý/có ảnh hưởng
Đánh giá chung	3,28	Đồng ý/có ảnh hưởng

(Nguồn: Kết quả phân tích năm 2023, $n = 481$)

Bảng 9 cho thấy mặc dù SV đánh giá nhân tố cơ hội việc làm không cao, chỉ có giá trị trung bình là 3,28; tuy nhiên SV cũng chọn Trường CDKG bởi vì “*SV ra trường có việc làm*”, “*trường đảm bảo học xong sẽ có việc làm cho SV*”, “*có các đối tác để giới thiệu việc làm cho SV sau khi ra trường*”, “*ra trường khả năng tìm được việc làm cao*”, “*do uy tín việc làm sau tốt nghiệp*”, “*có cơ hội làm việc với doanh nghiệp khá cao*”, “*cơ hội có việc làm cao*” (Kết quả phỏng vấn SV, 2023). Trong đó, việc tổ chức Ngày Hội tuyển dụng/ Hội chợ việc làm cho SV sau khi tốt

nghiệp được người học quan tâm hơn vấn đề tỷ lệ SV ra trường và các ngành/ngành trường đào tạo có khả năng xin việc dễ dàng. Bởi vì thực tế cho thấy, khi nhà trường tổ chức các hoạt động này sẽ thể hiện sự quan tâm, trách nhiệm đào tạo của nhà trường đối với SV, đồng thời thể hiện sự liên kết chặt chẽ giữa nhà đào tạo với nhà sử dụng lao động. Do đó, trong thời gian tới nhà trường cần chú trọng đẩy mạnh vấn đề này hơn.

3.2. Giải pháp nâng cao khả năng thu hút người học tại Trường Cao đẳng Kiên Giang

3.2.1. Giải pháp về hoạt động đào tạo và học tập của nhà trường

Các khoa chuyên môn cần thường xuyên lấy ý kiến doanh nghiệp về kết quả đào tạo thông qua năng lực cựu SV đang làm việc tại doanh nghiệp, cũng như ý kiến của doanh nghiệp về chương trình đào tạo để có thể cập nhật phù hợp và gắn với yêu cầu của doanh nghiệp.

Các ngành học cần tăng tỷ lệ thực hành nhiều hơn trong các môn học, trong các môn học lý thuyết cần chú trọng đến các bài tập thực hành, thảo luận nhóm, bài tập tình huống,... Bên cạnh đó, cần tăng cường các buổi tham quan thực tế tại doanh nghiệp, tham quan thực tế ngoài trường, giao lưu cựu SV thành đạt để thu hút, tạo động lực học tập cho người học, cũng như tăng thêm sự trải nghiệm và kiến thức thực tế.

Ban hợp tác doanh nghiệp và các khoa chuyên môn cần thường xuyên xuyên kết nối và liên kết với các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh để SV có thể đến thực tập tốt nghiệp, giảng viên bộ môn đưa SV đến giảng dạy tại môi trường doanh nghiệp đối với các môn thực hành, làm nơi tham quan thực tế,... đồng thời cũng tạo cơ hội việc làm cho SV sau khi tốt nghiệp.

Nhà trường cần tăng cường liên kết đa dạng với các trường đại học để tạo cơ hội liên thông cho SV, nhất là quảng bá thông tin liên thông rộng rãi đến các SV chuẩn bị tốt nghiệp.

Giảng viên cần tạo môi trường học tập thân thiện với sinh viên, có các hoạt động dạy và học năng động, tích cực thông qua các phương pháp giảng dạy tích cực, lồng ghép các hoạt động trò chơi học tập, các hoạt động chuyên đề số trong giảng dạy,...

3.2.2. Giải pháp về chính sách hỗ trợ và học phí

Các chính sách học bổng ở trường đã có, tuy nhiên việc cấp phát học bổng cần thực hiện nhanh chóng, nhất là học bổng khuyến khích học tập của SV theo từng học kỳ.

Nhà trường cần cân đối mức học phí giữa các nhóm ngành cho phù hợp để thu hút người học đối với một số ngành đang có số lượng SV ít.

3.2.3. Giải pháp về hoạt động ngoại khoá

Đoàn Thanh niên và Hội SV trường cần tăng thêm các hoạt động phong trào để có sự phong phú và đa dạng như các phong trào thể dục, thể thao, hoạt động Hội chợ Xuân; đồng thời cũng phải tổ chức thêm các hoạt động phong trào như Nét đẹp SV KGC (Kien Giang College - Trường CĐKG), KGC Tallent, Hội diễn văn nghệ truyền thống, các Buổi nhạc hàng tuần,...

Bên cạnh đó, cần mở thêm các câu lạc bộ nghệ thuật, thể thao, võ thuật, học thuật,... hoặc các khoá học mới về văn nghệ, các lớp tập huấn về kỹ năng mềm, kỹ năng sống, kỹ năng nhiếp ảnh, kỹ năng nghiên cứu khoa học,... để tăng thêm sự phong phú của hoạt động ngoại khoá cho SV. Đoàn Thanh niên, Hội SV, các câu lạc bộ trực thuộc Đoàn Khoa, câu lạc bộ Kỹ năng mềm cần phối hợp hoặc tự tổ chức các buổi dã ngoại kết hợp rèn luyện các kỹ năng cho SV, có thể đi trong ngày hoặc ngắn ngày tùy vào tình hình thực tế.

3.2.4. Giải pháp truyền thông, quảng bá

Cần tiếp tục duy trì tư vấn trên các kênh thông tin, tuy nhiên tập trung vào mạng xã hội và mời học sinh đến tham quan trường. Bên cạnh đó, có thể mở rộng tư vấn tuyển sinh qua hình thức livestream trực tuyến trên các trang mạng xã hội theo từng khoa chuyên môn. Đồng thời, trong buổi tư vấn tuyển sinh, đón học sinh đến tham quan trường, cán bộ, giảng viên cần phải hòa đồng và thân thiện với học sinh hơn.

Trong tập tài liệu tuyển sinh tờ rơi, tờ gấp cần có những hình ảnh đặc sắc, nổi bật để thu hút người đọc, đồng thời cần bổ sung thêm thông tin về chất lượng của nhà trường như chứng nhận kiểm định giáo dục, các giải thưởng cao của trường đạt được, các giải thưởng cao về Hội giảng/giáo viên dạy giỏi của giảng viên, giải thưởng của SV,...

Các Khoa chuyên môn cần chủ động thành lập Ban truyền thông để xây dựng hình ảnh, video clip, nội dung liên quan đến các hoạt động giảng dạy, học tập, phong trào cũng như những buổi tham quan thực tế tại doanh nghiệp, cùng các hình ảnh tuyên dương SV có kết quả học tập tốt, được doanh nghiệp đánh giá cao trong kỳ thực tập doanh nghiệp, cựu SV thành đạt lên trên trang thông tin của khoa, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả tuyển sinh chung của nhà trường.

3.2.5. Giải pháp về cơ sở vật chất

Các khu vực giảng dạy cần mở rộng, phòng học lý thuyết của trường cần bố trí thêm quạt, thay đổi bàn, ghế mới, một số phòng học cần bố trí theo hướng mở để phù hợp với xu hướng học tập năng động, tích cực. Các phòng thực hành cần trang bị thêm các dụng cụ, vật dụng thực hành.

Nhà trường cần cải thiện và nâng cao cơ sở vật chất hỗ trợ SV như cải thiện khu vực căn tin nhà trường, cải thiện và mở rộng thư viện, cần có khu vực đọc cho SV; đầu tư khu vực phòng máy tại thư viện cho SV,...

Nhà trường cần cải thiện nhà xe, trong đó cần phân luồng xe, đầu tư mái xe. Bên cạnh đó, cần nâng cấp nhà vệ sinh, tạo sự thông thoáng và sửa chữa/thay một số trang thiết bị ở các nhà vệ sinh.

Ký túc xá thường xuyên kiểm tra các thiết bị điện, đường nước để kịp thời sửa chữa, bảo trì nhằm đảm bảo an toàn cho SV. Đồng thời, cần phải nâng cấp hệ thống wifi cho ký túc xá cùng các khu vực phòng học.

Không những vậy, khuôn viên trường cần trồng thêm nhiều cây xanh có tán rộng, có hoa như kèn hồng, bàng Đài Loan, cây cảnh,... để vừa tạo bóng mát, môi trường trong lành vừa tạo mỹ quan cho khuôn viên trường. Cần nghiên cứu và xây dựng thêm một số tiểu cảnh để SV, đối tác, phụ huynh,... có thể chụp ảnh lưu niệm vào các dịp quan trọng như lễ tốt nghiệp, khai giảng,...

3.2.6. Giải pháp về danh tiếng và thương hiệu nhà trường

Nhà trường cần đầu tư và có những chính sách khuyến khích đội ngũ giảng viên học tập nâng cao trình độ ngắn hạn hoặc dài hạn, nhất là kỹ năng tay nghề. Qua đó, một mặt góp phần tạo sự uy tín và danh tiếng của đội ngũ giảng viên nhà trường, một mặt giúp nâng cao chất lượng giảng dạy và chất lượng dịch vụ đào tạo. Ngoài ra, cần khuyến khích giảng viên tham gia các cuộc thi, nghiên cứu khoa học để nâng cao uy tín và danh tiếng của đội ngũ giảng viên nhà trường.

Để tăng thêm uy tín của nhà trường, các khoa chuyên môn và các phòng liên quan cần khảo sát, đánh giá và minh chứng kết quả năng lực người học sau khi tốt nghiệp và làm việc trên thị trường lao động để có thể ứng dụng vào tài liệu tuyển sinh hoặc cung cấp trong buổi hướng nghiệp nhằm nâng cao sự tin tưởng về kiến thức, kỹ năng tay nghề khi học tập tại Trường CĐKG.

Truyền thông, quảng bá các hình ảnh và thông tin nổi bật liên quan đến nhà trường như tập chứng nhận kiểm định giáo dục, giải thưởng các cấp của giảng viên, SV,... để tăng thêm danh tiếng và uy tín của nhà trường. Bên cạnh đó, cần có những đánh giá của doanh nghiệp đối với SV được đào tạo từ nhà trường, các chỉ số liên quan đến đánh giá năng lực nghề nghiệp,... để tăng thêm sự uy tín đào tạo.

3.2.7. Giải pháp về cơ hội việc làm

Nhà trường cần tích cực tổ chức các buổi Ngày Hội việc làm hoặc Hội chợ việc làm cho SV sau khi tốt nghiệp. Đồng thời, các khoa chuyên môn, bộ phận việc làm của trường cần liên kết với các doanh nghiệp và thường xuyên gửi hoặc đăng tải các thông tin việc làm trên các trang mạng xã hội, hội/nhóm cựu SV.

4. Kết luận

Theo kết quả phân tích từ 481 SV đã lựa chọn Trường CĐKG để học tập, 09 tiêu chí được nghiên cứu đề xuất đều được SV đánh giá đồng ý là có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn Trường CĐKG (M = 3,63), trong đó nhân tố “Chương trình đào tạo” được đánh giá cao nhất (M = 3,90), kế đến là “Chính sách hỗ trợ”, (M = 3,77), “Các hoạt động ngoại khóa” (M = 3,75), “Chi phí” (M = 3,65), “Truyền thông” (M = 3,61), “Cơ sở vật chất” (M = 3,59), “Đanh tiếng nhà trường” (M = 3,58), “Môi trường học tập” (M = 3,55), và cuối cùng là “Cơ hội việc làm” (M = 3,28). Qua đó, nghiên cứu đề xuất 07 nhóm giải pháp liên quan đến các nhân tố trên để thu hút người học tại Trường CĐKG trong thời gian tới, bao gồm (1) Giải pháp về hoạt động đào tạo và học tập của nhà trường; (2) Giải pháp về chính sách hỗ trợ và học phí; (3) Giải pháp về hoạt động ngoại khóa; (4) Giải pháp truyền thông, quảng bá; (5) Giải pháp về cơ sở vật chất; (6) Giải pháp về danh tiếng và thương hiệu nhà trường; (7) Giải pháp về cơ hội việc làm. Kết quả của nghiên cứu này có ý nghĩa cả về mặt lý luận và thực tiễn tại Trường CĐKG, nhất là trong bối cảnh hiện nay.

Lời cảm ơn

Bài báo này là một phần sản phẩm của Đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở Trường Cao đẳng Kiên Giang theo Quyết định số 192/QĐ-CĐKG ngày 19/12/2022.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] H. Q. Le, “Factors affecting students' decision to select private universities in Vietnam,” *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 7, no. 4, pp. 235-245, 2020.
- [2] T. T. T. Le, M. T. Tran, and H. B. H. Le, “Factors Affecting Students' Decision to Choose Regional Public Universities: An Empirical Study from Vietnam,” *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 9, no. 4, pp. 143-152, 2022.
- [3] P. Q. Q. Nguyen, T. H. M. Phong, N. V. Thai, and L. N. Luong, “Factors affecting student’s decision to choose university in Can Tho city,” *Journal of Scientific Research and Economic Development – Tay Do University*, no. 09, pp. 1-17, 2020.
- [4] T. Q. N. Mai, “Factors affecting the decision to choose a university of high school students in Da Nang city,” *Industry and Trade Journal*, no. 06, pp. 192-197, 2022.
- [5] T. A. H. Nguyen and T. H. H. Nguyen, “Factors affecting high school students’s decision in choosing a university in Ba Ria Vung Tau province,” *Yearsin Journal of Science*, no. 6, pp. 67-76, 2019.
- [6] T. B. H. Vu, T. B. N. Nguyen, and T. G. Nguyen, “Factors affecting student’s decision in selecting Nam Dinh University of Nursing to study in 2020,” *Journal of Nursing Science*, vol. 04, no. 03, pp. 95-106, 2021.
- [7] N. K. G. Ha and T. N. L. Tran, “About the intention to choose Hoa Binh Xuan Loc Vocational college to study,” *Journal of Binh Duong Economics and Technology University*, no. 3, pp. 1-11, 2020.
- [8] T. T. Thong, V. T. V. Nguyen, and T. T. V. Nguyen, “Student’s Evaluation on Factors Influencing Decisions of Majoring in Hotel Management at Kien Giang College,” *Tra Vinh University Journal of Science*, no. 34, pp. 1-11, 2019.
- [9] T. T. Truong, V. T. V. Nguyen, and T. T. V. Nguyen, “Factors affecting the decision to study a vocation in the field of tourism students of Kien Giang College,” *Dong Nai University Journal of Science*, no. 22, pp. 27-40, 2022.
- [10] T. T. T. Do, “The factors affecting the decision to choose a university for high school students,” *Banking Science & Training Review*, no. 234, pp. 58-69, 2021.
- [11] I. A. Sholihah, H. Prasetya, and V. Widyaningsih, “Path Analysis on Factors Affecting the Decision to Choose School of Acupuncture,” *Journal of Health Policy and Management*, vol. 5, no. 2, pp. 127-138, 2020.
- [12] M. T. Nuseir and G. A. E. Refae, “Factors influencing the choice of studying at UAE universities: an empirical research on the adoption of educational marketing strategies,” *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 32, pp. 215-237, 2022, Doi: 10.1080/08841241.2020.1852467.
- [13] E. Sirakaya-Turk, M. Uysal, W. Hammitt, and J. J. Vaske, *Research Methods for Leisure, Recreation and Tourism*. United Kingdom: Cambridge University Press, 2011.
- [14] U. Kango, A. Kartiko, and M. A. Maarif, “The Effect of Promotion on the Decision to Choose a Higher Education through the Brand Image of Education,” *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, vol. 13, no. 3, pp. 1611-1621, 2021.